



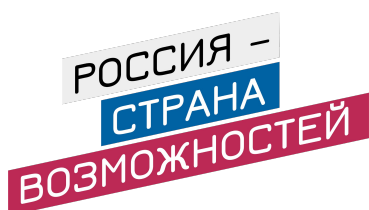
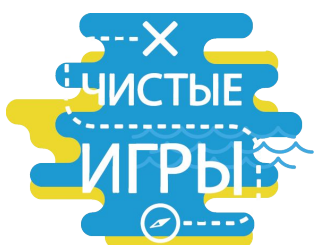
# Кейс

## «Развитие территорий»



Направление

**Берегу природу**



НАЦИОНАЛЬНАЯ  
ЛИГА  
СТУДЕНЧЕСКИХ  
КЛУБОВ



# Среда, в которой происходят события кейса

*Россия обладает огромной территорией, которая требует ухода. Многие природные территории — зеленые и прибрежные зоны — тонут в мусоре.*



## Статистика

Среднестатистический россиянин производит в год около двух кубометров мусора — примерно **400 кг.**

ВОЗ рекомендует 50 квадратных метров зеленых насаждений на одного человека в городе.

Статистика же говорит, что мы имеем всего 12-19 квадратных метров на человека.

Помимо того, что их мало, они еще и загрязнены. Работой служб, ответственных за уборку, проблема не решается. Где единожды убрали — мусорят снова.



# Описание кейса

Волонтерство — это один из способов привлечь местное население к проблематике мусора, расширить личную ответственность и повысить осознанность.

«Чистые Игры» — это командные соревнования по очистке природных территорий от мусора и разделению отходов.

*В рамках одной игры собирается в среднем от 1 до 3 тонн мусора.*

Чистые Игры придумали в 2014-м году во время похода на лодках по озеру Вуокса в Ленинградской области.



**Тем не менее волонтерская уборка, какой массовой бы она ни была, редко охватывает значительную часть населения.**



Рекордное значение в 40% от местного населения, участвующих в Чистых Играх в Каракулинском районе в Удмуртии, — скорее исключение из правил. Например, для пятимиллионного Петербурга волонтерская уборка на 1500 человек — уже успех.



**Пока местное население не ощутит территорию своей, не начнет заботиться о ней, этот порочный цикл будет продолжаться.**



## **Задача кейса**

Придумать, как защитить очищенные от мусора природные территории от повторного загрязнения, обеспечив их устойчивое развитие.

### **Ответьте на следующие вопросы**

- 1** Какова точка приложения усилий при старте кампании по развитию территорий?
- 2** Кто основные стейкхолдеры в кампаниях по развитию территорий?
- 3** Какие основные риски у кампаний по развитию территорий?
- 4** Каковы результаты инициатив, направленных на развитие территорий?

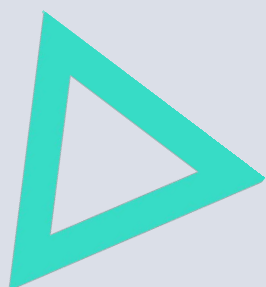






## Ответьте на следующие вопросы

- 5** Какие территории оказываются замусоренными чаще всего? Какие из них обладают потенциалом для развития?
- 6** Каковы основные риски замусоривания очищенных территорий? Кто является основным источником мусора на этих территориях?
- 7** Кто целевая аудитория коммуникации? Те, кто мусорят? Те, кто живут рядом? Те, кто могут помочь с очисткой? Те, кто заинтересованы в развитии территорий?
- 8** Какое место мусор занимает в циклической экономике будущего, и какие решения могут помочь в решении кейса?

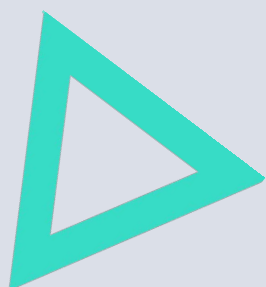




## Проведите собственное исследование

- 1 Какой месседж мы хотим донести до целевой аудитории?
- 2 Какие каналы коммуникации стоит использовать?
- 3 Какие мероприятия мы планируем провести?
- 4 Помощью каких партнеров мы хотим заручиться? В чем их интерес для участия?
- 5 Какие количественные и качественные показатели будут говорить об успехе проекта?
- 6 Масштабируется ли этот кейс на всю Россию? Кто и как его упаковывает «в коробку»? В чем его мотивация? Кто и как может использовать его «из коробки»? В чем его интерес?

Комментарии экспертов, подтверждающие реализуемость кейса.



The diagram features a central teal circle containing the text 'Стороны участвующие в поддержании порядка на зеленых территориях'. Surrounding this central circle are six smaller teal circles, each containing a stakeholder name: 'СМИ' (top), 'Администрация' (top-right), 'Бизнес' (bottom-right), 'Население' (bottom), 'Волонтеры' (bottom-left), and 'Рециклинговые компании' (top-left). All circles are set against a larger, lighter teal circular background.

**Стороны участвующие в поддержании порядка на зеленых территориях**

СМИ

Рециклинговые  
компании

Администрация

Волонтеры

Бизнес

Население



# Запрашиваемые решения

- 1 Программа поддержки НКО и активистов.
- 2 Концепция коммуникационной кампании для горожан.
- 3 Программа для городских администраций.
- 4 Предложение для бизнеса.

# Факторы успеха

- 1 Охват всех предложенных целевых групп.
- 2 Глубина проработки.
- 3 Наличие собственных критериев оценки результата.



# Дополнительные материалы

1. Тестовая экоигра: <https://cleangames.org/>
2. ГОСТ 28329-89 Озеленение городов: <https://docs.cntd.ru/document/1200023332>
3. Нормы посадки деревьев и кустарников городских зеленых насаждений: <https://gosthelp.ru/text/Normyposadkiderevevikusta.html>
4. Графики от Гринпис: <https://greenpeace.ru/wp-content/uploads/2019/10/report-RUSSIA-GARBAGE.pdf>
5. Статья про эковолонтерство: [http://www.ecolife.ru/infos/eto\\_interesno/48262/](http://www.ecolife.ru/infos/eto_interesno/48262/)
6. Статья о парках на местах бывших свалок: <https://techfusion.ru/parki-vmesto-svalok-10-luchshih-mirovyh-primerov/>  
<https://www.kp.ru/daily/27280/4415641/>  
<https://59.ru/text/gorod/2017/10/01/51302481/>  
[https://perm.aif.ru/gorod/marshrut\\_zelyonogo\\_kolca\\_v\\_permi\\_obustraivayut\\_doliny\\_malyh\\_rek](https://perm.aif.ru/gorod/marshrut_zelyonogo_kolca_v_permi_obustraivayut_doliny_malyh_rek)  
<https://www.permkrai.ru/news/v-permi-otkryta-novaya-ekologicheskaya-tropa-tayny-reki-gavyv/>  
[https://vk.com/wall-54005773\\_11834](https://vk.com/wall-54005773_11834)  
<https://vk.com/moseco>

